③　商品又は役務の需要の動向に関する情報の活用

介護事業においては、利用者と事業者との契約によりサービスを提供することとなるため、他の事業分野と同様に、需要の動向、同業事業者の動向等の情報を収集し、活用することが必要である。また、法令改正や介護報酬改定の動向等の情報を収集し、活用することも必要である。具体的には次に掲げる事項とする。

㋑　同業事業者における事業内容に係る情報の把握及び分析並びにその活用

㋺　事業者の強み、弱み等を分析する手法（いわゆる「ＳＷＯＴ分析」）等による内部環境等の定性的な分析及びその結果の活用

㋩　法令改正や介護報酬改定等の外部環境を網羅的に分析する手法（いわゆる「ＰＥＳＴ分析」）、競争要因に着目して業界の構造を分析する手法（いわゆる「ファイブフォース分析」）等による外部環境の定性的な分析及びその結果の活用

④　経営能率の向上のための情報システムの構築

介護事業においては、介護サービスの提供に当たり最低限必要な人員及び設備が、都道府県又は市町村の条例により定められている一方、介護職員の確保が容易ではないという状況にあり、介護事業に投入できる人的資源の幅に制約があることから、経営能率を向上させるためには、情報通信技術（ＩＣＴ）の活用により、サービスの質及び生産性の向上を図ることが必要である。具体的には次に掲げる事項とする。

㋑　記録の作成、保管等の事務的業務について情報システムを導入することによる情報共有等の円滑化

㋺　情報システムによる業務の定量的な課題分析及びその結果に基づく業務の標準化

⑤　その他の経営資源を高度に利用する方法

①から④までのほか、経営資源をその有する潜在力が十分発揮されるように活用するためには、介護ロボットの導入、総務、経理、人事等の部門の共同化、訪問介護における移動時間等の効率化等を実施することが必要である。具体的には次に掲げる事項とする。

㋑　介護ロボットの導入による業務負担の軽減

㋺　中小企業等協同組合（中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号）第３条に規定する中小企業等協同組合をいう。）等の制度を活用した総務、経理、人事等の部門における業務の共同化

㋩　訪問介護において担当地域等を適切に見直すことによる移動時間等の効率化

2　経営力向上計画の認定

経営力向上計画（中小企業等経営強化法（平成11年法律第18号）第13条第１項に規定する経営力向上計画をいう。）について認定を受けようとする事業者にあっては、その経営規模に応じて取り組むことのできる事項に幅があると考えられることから、事業者は、次の各号に掲げる区分に応じてそれぞれ次の各号に掲げる数以上の第３の１の各号に掲げる事項に取り組むこととする。

①　小規模企業（中小企業等経営強化法第２条第２項に規定する中小企業者等（以下単に「中小企業者等」という。）のうち、常時使用する従業員の数がおおむね５人以下であるものをいう。以下同じ。）　１項目

②　中規模企業（中小企業者等のうち、資本金等の総額が5,000万円以下であって、常時使用する従業員の数が５人を超え100人以下であるものをいう。以下同じ。）　２項目

③　中堅企業（中小企業者等のうち、小規模企業及び中規模企業に該当しないものをいう。）　３項目

3　業界団体に係る事項

介護分野における業界団体においては、中小企業者等が経営力向上の取組を効果的に実施できるよう、その模範となる取組（新たな手法や成功事例等）に係る情報の収集等のほか、地域資源の開発及び活性化を促すための取組を行うことが望まれる。

4　経営力向上に取り組むに当たって配慮すべき事項

中小企業者等が経営力向上に取り組むに当たっては、対人サービスとしての一定以上の質を確保するとともに、人員削減を目的とした取組をしないなど雇用の安定に配慮することが必要である。

第４　事業分野別経営力向上推進業務に関する事項

中小企業等経営強化法第26条第１項に規定する事業分野別経営力向上推進業務に関する事項については、基本方針第５の４から６までに定めるところによる。

○厚生労働省・農林水産省告示第七号

中小企業等経営強化法（平成十一年法律第十八号）第十二条第一項の規定に基づき、外食・中食産業に係る経営力向上に関する指針を次のように定めたので、同条第五項の規定に基づき公表する。

平成二十八年七月一日

厚生労働大臣　塩崎　恭久

農林水産大臣　森山　**裕**

外食・中食産業に係る経営力向上に関する指針

第１　現状認識

１　市場動向

外食・中食産業の市場規模は、昭和五十年の約八兆七七九〇億円から、平成十年には約三二兆八九一八億円へと三倍以上の成長を遂げたが、外食・中食産業の市場規模は、平成十年をピークに徐々に縮小してきた。こうした市場規模の縮小は、景気が低迷する中で価格競争を行った結果、更に市場規模が縮小し、価格競争が激化するという悪循環が主な原因であると考えられる。しかしながら、ここ数年は縮小傾向に歯止めがかかり、平成二十六年には約三〇兆六一五四億円となっている。

２　産業構造・業態の特徴

外食・中食産業は、参入障壁の低さにより、他産業からの参入が容易であるとともに、世帯構造の変化、少子高齢化、消費者のライフスタイルの変化、食の志向の多様化等により、業態の多様化が進展している。

外食・中食産業の事業所数は、全国で六七万五六四〇か所、その従業者数は、全国で四八二万三四七四人となっている。これは、全国の全産業の事業所数の約一二％、その従業者数の約八％に当たる。また、外食・中食産業においては、個人経営が外食・中食産業の事業所数の約六二％を占め、法人経営であっても、外食・中食産業の事業者数のうち資本金一〇〇〇万円未満の事業者数が約七七％を占めるなど、中小事業者や零細な事業者が多い状況にある。加えて、常用雇用者に占める正社員・正職員以外の雇用者数の割合は、約七八％と他産業に比べて高い水準にある（平成二十六年。飲食店と持ち帰り・配達飲食サービス業の合計値。）。

外食・中食産業は、労働集約型の産業であり、他産業に比べて人件費の割合が高いという特徴がある。

なお、大手事業者においては、食材調達から調理加工、配送、サービスまでに至る全体のシステム化が行われており、一括仕入れ、セントラルキッチンの導入、作業工程の標準化及びマニュアル化等による効率化及びサービス水準の向上が図られている。

３　経営の特徴及び課題

一　労働力の確保

外食・中食産業は、調理や盛付けなどの人手を要する工程が多く、他産業と比べた場合、高い労働集約性が特徴の一つとして挙げられる。また、労働時間が長く、賃金が低いことなどから、従業員の定着率が一般的に低いとされている。今後は、更なる少子高齢化の進展により、若年層の人口が一層減少することから、いかにして安定的に労働力を確保するかが課題である。